

**Identidades y moralidades en las redes sociales.
El *running* en la Argentina contemporánea***

Gastón Julián Gil
CONICET - Universidad Nacional de Mar del Plata
gasgil@mdp.edu.ar

Un nuevo estilo de vida

La creciente difusión del *running*¹ a escala global puede advertirse con relativa facilidad en los espacios urbanos (en particular paseos, parques y costaneras) en países como la Argentina. Esa masividad en ascenso de esta práctica, que excede con amplitud la decisión de "salir a correr" con regularidad, ofrece dimensiones de análisis mucho menos visibles referidas en líneas generales a la conformación de subjetividades en estos nuevos estilos de vida en la contemporaneidad. En efecto, el *running* se estructura en torno a un conjunto de prácticas y representaciones con una carga ética y estética que dan cuenta de configuraciones identitarias de relevancia. En ese marco, las redes sociales constituyen un espacio de expresión privilegiado para comprender la manera en que los *runners* practican y expresan diversos valores y postulados filosóficos, en el marco de discursos con una alta carga autorreferencial. Por consiguiente, en esta ponencia se desarrolla un análisis del modo en que los *runners* estilizan y moralizan su opción por correr en las redes sociales. Para ello, se coloca el énfasis en la dimensión virtual (Hine, 2001) de una etnografía multisituada (Marcus, 1995) que se encuentra en su fase inicial. En efecto, entre las diversas estrategias planificadas sobre el terreno, en este texto se pondrá énfasis en el carácter virtual de las labores etnográficas, que se consideran fundamentales para contribuir a la comprensión de este estilo de vida.² En definitiva, este texto explicita el modo en que, siguiendo los principios conceptuales del método etnográfico, se analizan nuevos materiales, situaciones y objetos problemáticos, una parte significativa de ellos en soportes digitales. En consecuencia, se busca sentar las bases de un conjunto de estrategias metodológicas que contempla una

*. Esta ponencia es una versión resumida y abreviada que fue autorizada por el autor para ser difundida en las actas de las jornadas.

¹. Practicar *running*, ser un *runner*, son categorías empleadas mayoritariamente por los actores, aunque por supuesto también se utilizan de forma frecuente los términos en castellano.

². Los estilos de vida han sido definidos por Anthony Giddens (1995) como un "conjunto de prácticas más o menos integrado que un individuo adopta no sólo porque satisfacen sus necesidades utilitarias, sino también porque dan forma material a una crónica concreta de la identidad del yo" (Ibíd.: 106). Si se entienden los estilos de vida como "patrones de acción que diferencian a las personas" (Chaney, 1996: 16), es posible colocarlos como instancias claves para la comprensión de la vida cotidiana a partir del establecimiento de fronteras identitarias que cargan de sentido las elecciones personales acerca de lo que somos y lo que hacemos.

multiplicidad de contextos de investigación complementarios y, en determinados casos, imprescindibles.

Fundamentos de una etnografía virtual

Por supuesto, no constituye ninguna innovación significativa la posibilidad de incorporar datos virtuales en un diseño de una investigación etnográfica. Más allá de la aparente (y falsa) contradicción que ello implicaría para los principios de la ortodoxia antropológica, la concreción de una etnografía virtual surge, según los casos, como una estrategia plausible y fructífera. Las densas actividades virtuales que protagonizan los *runners* no sólo ofrecen ricos datos etnográficos sino que una parte sustancial de las cuidadas estilizaciones de sus identidades se concreta en las redes sociales. Los actores sociales que se involucran en este y otros estilos de vida administran esas adscripciones identitarias de un modo peculiar. Y es aquí en donde las redes sociales permiten -y sobre todo estimulan- una marcada escenificación. En esa presentación de la persona en la vida cotidiana (Goffman, 2001), los actores elaboran detalladas estilizaciones que, en clave ética y estética, se pueblan de imágenes, refranes, aforismos y mensajes que se comparten. Así, van alimentando un poderoso imaginario *runner* que resulta fundamental en la conformación de sus identidades.

La difusión vertiginosa de las redes sociales no sólo marcha en sintonía con esta estilización de la vida sino que se configura como un canal de expresión relevante de la espectacularización y las estrategias de definición personal que conllevan estas prácticas. Resulta por demás usual que estas identidades aparezcan espectacularizadas y delicadamente construidas en las redes sociales (por ejemplo como ocurre en las biografías de facebook), involucrando una serie de imposturas que operan como punto inicial de la pertenencia a algunos de estos órdenes de la vida cotidiana. Por ejemplo, los *runners* suelen colocar detalladamente sus sesiones de entrenamiento, la cantidad de kilómetros recorridos, relatan sus experiencias en las carreras, construyen complicidades con otros corredores. Participar de esas carreras paradigmáticas es todo un insumo del marketing que gira sobre la persona y que implica por supuesto la circulación por las redes de las fotos que muestran, a modo de *souvenir*, la participación y la densidad de su “currículum” de corredor. En definitiva, una práctica ideal para la “espectacularización de la personalidad” (Sibilia, 2008).

En este contexto, plantearse la necesidad de desarrollar una etnografía virtual (o una etnografía con un alto componente de datos e interacciones virtuales) obliga a reflexionar sobre la eventual especificidad de esta clase de abordaje. Apenas iniciado el nuevo milenio y todavía con internet en un proceso sostenido de expansión (sin redes sociales como las

actuales). Hine (2000) se planteó una serie de interrogantes vinculados con la manera en que los usuarios de internet entienden sus capacidades de comunicación, la manera en que la web impacta en las relaciones sociales y el grado de autenticidad y autoridad que alcanzan las identidades escenificadas en internet. Se trata de inquietudes relevantes y vigentes que obligan a reflexionar sobre los caracteres distintivos (si es que los hay) de las experiencias virtuales, en posible contraste con las experiencias "reales". En esta línea, algunas de las preguntas que se suelen formular en torno a la etnografía virtual parecen estar orientadas excesivamente por la falacia de la "autenticidad" de los datos obtenidos en el terreno, en este caso en internet. Al plantearse de modo tan recurrente inquietudes acerca de la validez de los datos registrados en contextos virtuales, se reproduce una cierta noción ingenua del trabajo de campo que busca informantes "confiables", que no mientan, no manipulen datos, o que -y ese supuesto riesgo en las redes se magnificaría- tampoco sobreactúen. Esta implícita antinomia descansaría en un discurso romántico que le otorga mayor autenticidad a lo pre-digital (Miller & Horst, 2012). Por el contrario, los mundos digitales poseen una materialidad tal que torna, por momentos, algo trivial las reflexiones en torno a esa autenticidad. En efecto, según los casos, como se ha demostrado en diversos estudios (Ibíd.) los entornos virtuales pueden generar las condiciones para una expresión más frontal de las pasiones de los sujetos.

Si algo parece caracterizar las interacciones en la red es la espectacularización de la vida cotidiana. Así, se registra con claridad un cuidadoso diseño de las biografías y perfiles personales en las redes sociales, que suelen girar en torno a modos de vida estilizados, una sociabilidad y espiritualidad plenas, con personas radiantes que parecen haber encontrado las claves de la felicidad. De todos modos, una posible insistente inquietud por la autenticidad de los datos pierde todavía mayor relevancia en la investigación en curso dado que una gran parte de los contactos virtuales están precedidos por relaciones personales establecidas previamente. Del mismo modo, las páginas webs, blogs y la información que producen organizadores de carreras y diversos medios de comunicación en las redes sociales pueden certificarse con facilidad. Además, ciertas interacciones virtuales permiten captar la "espontaneidad" de ciertos diálogos aunque la posibilidad de eliminar comentarios (por ejemplo en las páginas de organizadores de carreras) puede obturar el acceso a datos de relieve para una investigación de este tipo. Así, se muestra de suma utilidad la posibilidad de seguir los diálogos y discusiones mientras se están desarrollando.

El *running* y las redes sociales

Claramente, una etnografía virtual necesita complementarse con una labor sobre el terreno que pueda dar cuenta de la cotidianidad de los actores, de su *aquí y ahora*. Por ello, la formulación de estrategias que contemplen de manera detallada la sociabilidad *online* no se opone a un trabajo de campo "convencional" que registre las actividades habituales de los *runners* en diferentes contextos, pero sobre en sus principales rituales de interacción (Collins, 2002) que son las carreras. En ese sentido, las competencias suelen ser un punto de referencia no sólo de las estrategias de entrenamiento sino de objetivos que, en la concepción nativa de los corredores, son experiencias de vida más que desafíos deportivos, cargándolos de energía emocional (Ibíd.). Pero incluso esa experiencia de campo "real" debe ser contrastada con el modo en que los propios nativos luego escenifican y espectacularizan su participación en las carreras. No resulta nada extraño que los corredores escriban detalladas crónicas de su participación, proporcionando no sólo datos puntuales (tiempos, posición general, posición en categoría por edad) sino relatos introspectivos que pueden combinar confesiones, postulados filosóficos o reflexiones generales sobre la vida a partir de la experiencia distintiva de correr. También suben videos a sus perfiles sobre los preparativos de las competencias, las instancias previas y hasta del desarrollo de la carrera. En definitiva, el *running* se configura como una "bella red sociotécnica" (Latour, 2008) de la que forman parte actores humanos y muchos otros no humanos, tales como las tecnologías de la comunicación, las empresas multinacionales, los medios de comunicación y el medio ambiente, entre muchos otros componentes de esa red. Los medios de comunicación y en especial las redes sociales cumplen un papel fundamental en cristalizar la relevancia de estas competencias. Por un lado, el *running* cuenta con amplios canales de difusión, desde revistas especializadas (una de ellas acompaña con frecuencia periódica al diario *La Nación*), programas televisivos en cadenas nacionales e internacionales y programas de radio. Redes sociales como facebook y twitter son fundamentales en la actualización informativa, difusión de fechas e instalación de carreras nuevas. Esta red permite además promocionar las virtudes geográficas de los recorridos que es otro de los ingredientes fundamentales para construir una *buena carrera*.

Las imágenes que circulan en las redes sociales son muestras ricas de esta ética y estética *runner*. Se trata de fotografías y dibujos que están acompañados por textos que postulan enseñanzas, mensajes con carga moral e inclusive diálogos, algunos de ellos conflictivos. Estos discursos suelen tematizar en la condición adictiva o patológica, pero resignificada positivamente como marca de distinción frente a los no iniciados. Así como se puede postular que "Soy adicto a correr y no quiero curarme", también se puede sostener que

"Correr es un deporte mental... y nosotros estamos locos". Por supuesto, abundan apelaciones a la exploración de los límites físicos, pero sobre todo mentales. Así como se aclara que "el límite lo ponés sólo vos", también se advierte que "ser débil es una elección. Por eso sé fuerte". Claro que también pueden encontrarse referencias más directas a una mejora en las condiciones de vida, tales como que correr "te libera del stress y mejora tu condición física". O además se aclara que "el dolor es temporal. La satisfacción para siempre". En la misma sintonía, un corredor imaginado plantea que "no entreno para una carrera en particular. No intento imponer un nuevo récord, ni sorprender a nadie. Estoy cambiando mi vida". O incluso se pueden poner en escena estas dos últimas dimensiones "Para correr se necesita algo más que talento; se requiere la voluntad de trabajar duro y el deseo de hacer algo increíble con tu vida".

El grado de involucramiento de los actores en estas prácticas implica la incorporación de una serie de valores y postulados filosóficos sobre la vida, que suelen remitir a fuertes opciones morales y estéticas en su racionalidad. Estos ejes también involucran los patrones de uso del cuerpo, dentro y fuera de las performances más o menos ritualizadas que envuelven preceptos éticos (tales como esfuerzo, voluntad, armonía) y estéticos (como liviandad o belleza) que suponen asimismo toda una concepción de la salud y/o bienestar. En el discurso hegemónico del *running*, se puede advertir un imaginario que postula que correr es una opción moral destacable, sostenida en una ética del esfuerzo y la autosuperación y también en algunos casos del compañerismo (sobre todo en los *running teams*). Pero no sólo se corre porque se debe correr, sino en gran medida porque es bello hacerlo. La estilización de la experiencia de participar en diversas competencias (sobre todo en los circuitos de montaña) es habitualmente narrativizada por los corredores en las redes sociales, destacando de forma permanente el tenor de esa experiencia, sin hacer mención a los aspectos competitivos, que por supuesto están presentes pero poco explicitados en comparación con las otras dimensiones. En particular, los *running teams*, ofrecen un espacio de sociabilidad en común que excede largamente a las jornadas de entrenamiento. A partir de los *running teams* se conforman y consolidan distintas relaciones (de amistad o de parejas estables y pasajeras) cimentadas, en principio por las exigentes jornadas de entrenamiento. Esos vínculos se fortalecen aún más si, como ocurre con frecuencia, se programan viajes a distintas carreras que se disputan en el país y en el extranjero, práctica por demás habitual para muchos *runners*. Pero también las posibilidades de sociabilidad cotidiana se incrementan para los compañeros de los *running teams*, en particular para quienes producen cambios más o menos significativos en su modo de vida. Los dominios culturales (hábitos alimenticios, horarios de salidas nocturnas, eventos atléticos) tienen a confluir cada vez con mayor frecuencia, como

también los temas de las conversaciones y otras afinidades que pueden llegar a establecer, tal vez en los casos más extremos, barreras para la integración con los no iniciados e incluso con otros *runners* que no viven su compromiso con ese estilo de vida con la misma intensidad.

En la misma línea argumental que se ha desarrollado en las líneas anteriores, Wheaton (2007) ha destacado que en los estilos de vida –en este caso deportivos- sus adherentes tienden a enfatizar las expresiones creativas y estéticas de sus performances, a las que suelen calificar como “arte” o como experiencias espirituales distintivas. De ese modo, construyen sus compromisos cargando de sentido sus actividades y otorgándoles un tinte épico en el que eventualmente pueden colocar a sus cuerpos cerca o más allá de sus límites, lo que incluso da forma a experiencias de trascendencia que pueden configurar verdaderos ritos de paso (Van Gennep, 2008). En ese sentido, los cultores de estos estilos de vida suelen explicar sus performances a partir de una comunión con la naturaleza y una intensa autoconciencia de cada momento vivido. Todo ello configura una serie de placeres corporizados en el marco de un carácter reflexivo que acompaña la práctica del *running*, en la que los actores parecen estar desplegando una tecnología de autogobierno (Crossley, 2005) que propone un régimen de subjetivación determinado.

En efecto, y es un tema a explorar, la adopción apasionada de este estilo de vida puede llegar a tornar incompatible la sociabilidad cotidiana con la pareja, incluso de matrimonios “estables” con hijos. Los viajes, los horarios de entrenamiento, las dietas y las nuevas inquietudes son potenciales fuentes de tensión en las parejas que no comparten la adhesión por el fenómeno. Algunas imágenes y textos autocelebratorios del colectivo *runner* que circulan por las redes sociales tematizan de forma explícita esta problemática, fijando bajo ciertos límites una comunidad moral sin demasiado espacio para los no iniciados. Algunos de estos discursos no son tan explícitos y remiten a un universo pasional que, lindante con la locura, se centra en esa supuesta incompatibilidad con los outsiders. Más allá de reiteradas apelaciones a una moral particular que coloca el énfasis en un cambio radical en el modo de vida, de mejorar sensiblemente como ya se ha mencionado, otras referencias en clave humorística plantean de manera descarnada los potenciales conflictos de pareja. En una de esas imágenes de las redes, ella le plantea a su pareja: “O dejas tu adicción a correr o me voy...”. lejos de preocuparse, él le contesta “sólo una carrera más y te ayudo a empacar”.

Conclusiones

En esta ponencia, se han plasmado de manera abreviada y resumida los principales lineamientos de una etnografía virtual, concebida como una herramienta más que le permite al

investigador estar siempre vinculado con sus sujetos de estudio, siguiendo de manera constante todas las conexiones posibles que puedan aparecer en el terreno. De esa manera, en estas líneas se han analizados diversos contenidos textuales, prácticas y representaciones que se vinculan con el estilo de vida *runner*. Como se puede advertir, las redes sociales y las distintas vías de difusión por internet se constituyen en un espacio propicio de las detalladas y planificadas estilizaciones que suelen poner en práctica los corredores. Muchos más que una elección de una práctica deportiva, que un simple *hobby* o una moda pasajera, el *running* expresa -junto con su crecimiento vertiginoso- la conformación de una serie de valores que sus adeptos abrazan con firmeza. Al configurarse esas redes sociales en vías de comunicación tan poderosas, operan no sólo como puntos de pasaje obligados de la información del universo *running*, sino como actores no humanos (Latour, 2008) relevantes para otorgar fortaleza y durabilidad a este estilo de vida. En efecto, permiten enrolar actores a distancia, difundir actividades, visibilizar la propia pertenencia (por ejemplo mediante fotos de entrenamientos y carreras), cristalizar la estética *running* en el imaginario y también fijar calendarios que permiten programar carreras futuras. Las redes sociales se posicionan así como una garantía de la masividad e intensidad del *running*, permitiéndole lograr tal robustez en su construcción que de otro modo demandaría mayor esfuerzo colectivo y despliegue de recursos materiales. Envueltos en una compleja red sociotécnica, los *runners* hacen de la visibilidad de su estilo de vida uno de los rasgos distintivos de su cotidianeidad. A partir de redes sociales como facebook, instagram o twitter exponen sus actividades pero también expresan sus vivencias y adhieren a postulados con fuerte carga moral, algunos de ellos hacia dentro del colectivo *runner* pero muchos otros en contraste con quienes no comparten su estilo de vida. Al abrazar una práctica a la que consideran virtuosa, esforzada pero además bella (como experiencia en sí misma y en cuanto a sus efectos sobre el cuerpo) los *runners* aparecen como actores visibles en nuestros mundos contemporáneos que dan cuenta de transformaciones y continuidades en la sociabilidad local y global que requiere de estudios en profundidad.

Bibliografía

- Collins, Randall (2002) *The Sociology of Philosophies. A Global Theory of Intellectual Change*, Cambridge: Belknap Press.
- Crossley, Nick (2005) "Mapping Reflexive Body Techniques: On Body Modification and maintenance". En *Body & Society* 11(1): 1-35.
- Chaney, David (1996) *Lifestyles*. London: Routledge.
- Giddens, Anthony (1995) *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona: Península.
- Goffman, Erving (2001) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Hine, Christine (2001) *Virtual Ethnography*, London: Sage.

- Latour, Bruno (2008) *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*, Buenos Aires: Manantial.
- Marcus, George (1995) "'Ethnography in/of the World System: The Emergence of *Multi-Sited Ethnography*". En *Annual Review of Anthropology*, 24: 95-117.
- Miller, Daniel & Horst, Heather A. (2012) "The Digital and the Human: A Prospectus for Digital Anthropology". En Heather A. Horst and Daniel Miller (eds.) *Rethinking Digital Anthropology*, London y New York: Berg.
- Sibilia, Paula (2008) *La intimidad como espectáculo*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Van Gennep, Arnold (2008) *Los ritos de paso*, Madrid: Alianza.
- Wheaton, Belinda (2007) "After Sport Culture. Rethinking Sport and Post-Subcultural Theory". En *Journal of Sport & Social Issues*, 31 (3): 283-307.